

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Кафедра туризму та готельного господарства



ЗАТВЕРДЖУЮ

Проректор з науково-педагогічної і
навчальної роботи та рекрутації,
проф. Гаврилюк С. В. *[Signature]*

Протокол № 2 від 16.10.2019 р. *[Signature]*

ПРОГРАМА

нормативної навчальної дисципліни

Туроперейтинг

підготовки бакалавра

спеціальності 242 Туризм

освітньої програми Туризм

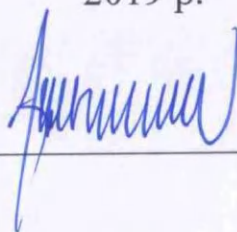
Програма навчальної дисципліни “Туроперейтинг” підготовки бакалавра, галузі знань 24 Сфера обслуговування, спеціальності 242 Туризм, за освітньою програмою Туризм.

Розробник: Терещук О.С. кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму та готельного господарства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Рецензент: Стрішенець О.М. доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Програма навчальної дисципліни
затверджена на засіданні кафедри
туризму та готельного господарства
протокол № 1 від 2019 р.

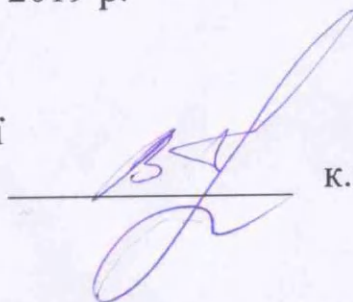
Завідувач кафедри:



д.геогр.н., проф. Ільїн Л.В.

Програма навчальної дисципліни
схвалена науково-методичною комісією географічного факультету
протокол № 2 від 9 жовтня 2019 р.

Голова науково-методичної
комісії факультету



к.геогр.н., доц. Поручинський В.І.

Програма навчальної дисципліни
схвалена науково-методичною радою
Східноєвропейського національного університету
імені Лесі Українки

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 1

Денна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітня програма, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни
		Денна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 242 Туризм Освітня програма: Туризм	Нормативна
Модулів – 3		Рік підготовки – 3
Змістових модулів – 2		Семестр – 5
ІНДЗ: є		Лекції – 22 год.
Загальна кількість годин – 120		Практичні – 24 год.
Тижневих годин: аудиторних – 2,5	бакалавр	Самостійна робота – 66 год.
		Консультації – 8 год.
		Форма контролю: екзамен

Таблиця 2

Заочна форма навчання

Найменування показників	Галузь знань,спеціальність, освітньо-професійна програма Освітній рівень	Характеристика навчальної дисципліни
		Заочна форма навчання
Кількість кредитів – 4	Галузь знань: 24 Сфера обслуговування Спеціальність: 242 Туризм Освітньо-професійна програма: Туризм	Нормативна
		Рік підготовки – 4
Семестр – 7		
Лекції – 6 год.		
ІНДЗ: нема		Практичні – 6 год.
Загальна кількість годин – 120	Бакалавр	Самостійна робота – 94 год.
		Консультації – 14 год.
		Форма контролю: іспит

2. АНОТАЦІЯ КУРСУ

Метою дисципліни «Туроперейтинг» у системі підготовки фахівців сфери туризму за напрямом «Туризм» є набуття знань та системного мислення щодо організації туроператорського бізнесу та оволодіння праксеологічними навичками взаємодії суб'єктів туристського ринку з метою створення якісного турпакету, схеми його просування та реалізації; застосування правил формування програм туристського обслуговування, документального забезпечення процесів створення, комплектування, реалізації турів та планових турпакетів; організації обслуговування туристів.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Туроперейтинг» є набуття компетентностей на основі засвоєння основних теоретичних положень та придбання необхідних практичних навичок, що дозволяють ефективно застосовувати основні положення туроперейтингу в організації дієвої системи взаємодії між всіма суб'єктами туристського ринку: туроператорів, турагентів, підприємств-виробників туристських послуг з метою створення та реалізації програм туристського обслуговування.

У результаті вивчення дисципліни «Туроперейтинг» студент повинен знати:

- визначення прав і обов'язків туристів;
- технологію та організацію туристських подорожей;
- ліцензійні умови здійснення туроператорської діяльності;
- правила та порядок оформлення туристських документів;
- правила та порядок страхування в туризмі;
- умови забезпечення й виконання претензійної роботи в туризмі;
- параметри створення турпродукту підприємства,
- форми аквізиції туристської активності,
- умови бронювання туристського обслуговування та окремих туристських послуг;
- організацію обліку і контролю надання послуг,
- оформлення туристської звітності;
- визначення та забезпечення безпеки туристських подорожей.

вміти:

- формувати пакетні та індивідуальні програми туристського обслуговування з використанням ресурсного потенціалу дестинації, (регіону, району, країни);
- організовувати взаємодії між всіма учасниками туристського ринку, формувати нормативно-правове забезпечення співпраці;
- моделювати програми туристського обслуговування за різною метою подорожей, типом клієнтури, наявних туристських атракцій;
- застосовувати графо-аналітичні моделі програм туристського обслуговування;
- визначати мотивації подорожей;
- оформлювати туристську документацію;
- організовувати облік і контроль надання послуг;

- організовувати формування звітності туристських підприємств;
- удосконалювати процеси надання туристських послуг в пакетних турах;
- застосовувати нові форми та методи обслуговування в туризмі;
- обґрунтовувати та розробляти основні напрями удосконалення та підвищення ефективності організації роботи суб'єктів туристської індустрії, організовувати забезпечення їх нормативно-правовою базою;

Міждисциплінарні зв'язки: курс «Туроперейтинг» має тісний зв'язок з іншими дисциплінами фундаментальної, природничо-наукової підготовки бакалавра та магістра, такими як країнознавством, основами туризму, рекреаційною географією, туристичним країнознавством, туристсько-рекреаційними ресурсами світу, інформаційними системами та технологіями в туризмі та готельній індустрії, маркетингом туризму, менеджментом туризму

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 120 годин / 4 кредитів ECTS

3. КОМПЕТЕНЦІЇ

Протягом вивчення дисципліни «Туроперейтинг» у здобувачів вищої освіти повинні сформуватися такі компетентності:

Загальні компетентності:

- здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу;
- здатність працювати в міжнародному контексті;
- навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- здатність працювати в команді та автономно.

Фахові компетентності:

- знання та розуміння предметної області та розуміння специфіки професійної діяльності;
- здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;
- розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів;
- розуміння процесів організації туристичних подорожей і комплексного туристичного обслуговування (готельного, ресторанного, транспортного, екскурсійного, рекреаційного);
- здатність розробляти, просувати, реалізовувати та організовувати споживання туристичного продукту;
- здатність до співпраці з діловими партнерами і клієнтами, уміння забезпечувати з ними ефективні комунікації;
- здатність працювати з документацією та здійснювати розрахункові операції суб'єктом туристичного бізнесу.

Програмні результати навчання:

- називати та відтворювати основні положення туристичного законодавства, національних і міжнародних стандартів з обслуговування туристів;
- визначати зміст базових понять з теорії туризму, організації туристичного процесу та туристичної діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг, а також світоглядних та суміжних наук;

- пояснювати особливості організації рекреаційно- туристичного простору;
- виявляти і пояснювати принципи і методи організації та технології обслуговування туристів;
- розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт;
- ідентифікувати туристичну документацію та вміти правильно нею користуватися;
- становлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей;
- приймати обґрунтовані рішення та нести відповідальність за результати своєї професійної діяльності.

Знання, отримані при вивченні дисципліни, сприятимуть більш якісному освоєнню фахових дисциплін, підготовці наукових статей та здійсненню досліджень в наукових роботах.

4. ІНФОРМАЦІЙНИЙ ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Таблиця 3

Структура навчальної дисципліни для денної форми навчання

Тема	Кількість годин				
	Усього	У тому числі			
		Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Консультації
Змістовий модуль І. Теоретичні основи туropolерейтинга. Турпроектування					
Тема 1. Сутність тур операторської діяльності. Міжнародна класифікація туropolераторів	10	2	2	6	–
Тема 2. Організаційно-правові основи туropolерейтингу	11	2	2	6	1
Тема 3. Туристичний продукт як предмет тур операторської діяльності	11	2	2	6	1
Тема 4. Проектування туристичного продукту	11	2	2	6	1
Тема 5. Правила формування програм перебування туристів	10	2	2	6	-
Змістовий модуль ІІ. Основні схеми роботи туropolератора з постачальниками туристичних послуг та їх просування					
Тема 1. Основні схеми взаємодії туropolератора з постачальниками послуг: готельними підприємствами та meet-компаніями	11	2	2	6	1
Тема 2. Основні схеми взаємодії туropolератора з постачальниками послуг: авіапідприємствами та круїзними компаніями	11	2	2	6	1
Тема 3. Схема роботи сучасного туropolератора зі страховими компаніями	11	2	2	6	1

Тема 4. Фінансові та облікові аспекти туropolерейтингу.	13	2	4	6	1
Тема 5. Основні цілі та інструменти просування туристичного продукту. Реклама в тур операторській діяльності.	10	2	2	6	-
Тема 6 . Основні функції та класифікація турагентів. Різновиди агентських мереж. Способи стимулювання агентської діяльності.	11	2	2	6	1
Всього	120	22	24	66	8

Таблиця 4

Структура навчальної дисципліни для заочної форми навчання

Назви змістових модулів і тем	Усього	Лек.	Практ.	Сам. роб.	Конс.
Змістовий модуль I. Теоретичні основи туropolерейтингу. Турпроектування					
Тема 1. Теоретичні основи туropolерейтингу. Організаційно-правові основи туropolерейтингу	16	2		12	2
Тема 2. Туристичний продукт як результат діяльності туropolератора	18	2		14	2
Тема 3. Проектування та формування туристичного продукту	16		2	12	2
Разом за змістовим модулем 1	50	4	2	38	6
Змістовий модуль II. Прикладний туropolерейтинг					
Тема 6. Взаємовідносини туropolератора з постачальниками послуг	14	2		10	2
Тема 7. Методи просування туристичного продукту	30		2	26	2
Тема 8. Ціноутворення в туropolерейтингу	14		2	10	2
Тема 9. Конфліктне середовище туropolерейтингу	12			10	2
Разом за змістовим модулем 2	70	2	4	56	8
ІНДЗ					
Самостійна робота					
Усього годин	120	6	6	94	14

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

Таблиця 5

Тематика самостійної роботи

№ з/п	Тема	Год	
		Д.	З.
1	Тема 1.1.1. Поняття, класифікація і функції туropolераторів, основні відмінності між туropolератором і турагентом. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду провідних туropolераторів виїзного, в'їзного та внутрішнього туризму, асортименту їх туристських послуг і продуктів).	4	6
2	Тема 1.1.2. Середовище міжнародного туropolерейтингу: зовнішні і внутрішні чинники. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду монопрофільних і багатопрофільних туropolераторів,	4	6

	асортименту їх туристських послуг і продуктів).		
3	Тема 1.2.1. Поняття і споживчі властивості туристичного продукту, характеристики, що відрізняють послугу від товару. Вид СРС: написання реферату по типології турів і профілем роботи конкретного туроператора.	4	6
4	Тема 1.2.2. Три рівня туристського продукту. Концепція життєвого циклу туристського продукту. Вид СРС: написання реферату по провідним туроператорам, що спеціалізуються на конкретних видах туризму	4	6
5	Тема 2.1.1. Основні етапи маркетингового дослідження ринку, принципи аналізу ринку споживачів і конкурентного середовища. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду туристських продуктів з конкретними прикладами для різних сегментів споживачів).	4	6
6	Тема 2.1.2. Стратегії туроперейтинга на туристському ринку. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду різних типів конкурентів і стратегій конкурентної поведінки на ринку, виявлення та порівняльна характеристика конкурентів конкретних туроператорів).	4	6
7	Тема 2.2. Процес виробництва туристського продукту: фактори, засоби і технології. Вид СРС: написання реферату по диференціації та позиціонування пропозицій туроператора на конкурентному ринку (на конкретних прикладах).	4	6
8	Тема 3.1.1. Основні схеми взаємодії туроператора з постачальниками туристичних послуг. Вид СРС: домашнє завдання (складання огляду основних постачальників туристських послуг).	4	4
9	Тема 3.1.2. Складання договірної плану туру. Основний зміст договорів з постачальниками туристських послуг. Вид СРС: домашнє завдання (самостійний пошук і вивчення основного змісту договорів туроператорів з постачальниками туристських послуг на конкретних прикладах).	4	6
10	Тема 3.1.3. Класифікація документів і автоматизація документообігу в туроперейтинг. Основні документи, що регламентують взаємовідносини туроператорів і турагентів, туроператорів і туристів. Вид СРС: домашнє завдання (самостійний пошук і вивчення основного змісту договорів туроператорів з агентами і клієнтами на конкретних прикладах).	4	6
11	Тема 3.2. Ціноутворення туристського продукту: основні етапи та методи. Вид СРС: розробка і виконання типового розрахунку туристичного продукту.	6	6
12	Тема 4.1.1. Основні функції та класифікація турагентів. Різновиди агентських мереж. Способи стимулювання агентської діяльності. Вид СРС: складання огляду різних видів турагентів і специфіки їх роботи (на конкретних прикладах).	4	6
13	Тема 4.1.2. Специфічні функції і основні носії туристської реклами. Основні практичні інструменти проведення PR-акцій. Стимулювання споживачів. Вид СРС: написання реферату по найбільшій міжнародній і українській туристській виставці, яр марці, біржі.	4	6
14	Тема 4.2.1. Алгоритм роботи та основні вимоги, що пред'являються до менеджера офісу прямих продажів. Вид СРС: складання огляду вимог, що пред'являються до менеджерів прямих продажів провідних туроператорів.	4	6
15	Тема 4.2.2. Організація діяльності представника (представництва) українського туроператора по обслуговуванню клієнтів за кордоном. Вид СРС: написання реферату за основними напрямками діяльності представника російського туроператора за кордоном.	4	6
16	Тема 4.2.2. Організація діяльності представника (представництва) закордонного туроператора по обслуговуванню клієнтів в Україні. Вид СРС: написання реферату за основними напрямками діяльності представника іноземного туроператора в Україні.	4	6
	Разом	66	94

6. ВИДИ ІНДИВІДУАЛЬНИХ НАУКОВО-ДОСЛІДНИХ ЗАВДАНЬ (ІНДЗ)

При вивченні дисципліни «Туроперейтинг» студенти виконують розрахунково-графічну роботу за темою «Розробка туру» за варіантами згідно окремих методичних вказівок. Розрахунково-графічна робота передбачає розробку туру за окремою тематикою згідно варіанту і складається з наступних

структурних елементів:

Вступ;

1. Характеристика країни відвідування;
2. Характеристика основних об'єктів туристського інтересу у відповідності з тематикою роботи;
3. Розробка нитки маршруту туру;
4. Вибір підприємств – закладів розміщення;
5. Транспортне забезпечення маршруту;
6. Страхування туристів;
7. Складання пакету послуг, формування програми перебування та розрахунок вартості туру;

Висновок;

Список джерел;

Додатки.

7. РОЗПОДІЛ БАЛІВ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Оцінювання знань студентів з навчальних дисциплін здійснюється на основі результатів поточного контролю й модульного контролю знань.

Результати поточного контролю: оцінки за виконання студентом лабораторних робіт; оцінка за виконання і захист ІНДЗ.

Оцінювання практичних робіт кожного змістового модуля здійснюється за 3-х та 4-х бальною шкалою (1 бал - середній рівень компетенції, 2 бали – достатній, 3-4 бали – високий рівень компетенції). Максимальна кількість балів за 11 практичних робіт становить 36.

Оцінка ІНДЗ складає 4 балів за шкалою ECTS. З них 1 балів відводиться на оцінку за дотримання вимог до оформлення роботи; 1 бали відводиться за вчасну здачу роботи (1 бали – робота здана у передбачений термін, 0 балів – робота нездана у передбачений термін); 2 балів – на оцінку змісту роботи та рівня знань студента при її захисті.

Результати модульного контролю:

- оцінка за виконання тестових завдань змістового модуля 1;
- оцінка за виконання контрольної роботи змістового модуля 2;

Тестові завдання змістового модуля 1 оцінюються в 30 балів (30 тестових завдань по 1 балу).

Підсумкова оцінка складається з поточної модульної оцінки (максимум – 40 балів) і контрольної модульної оцінки (максимум – 60 балів). Якщо у підсумку виконання всіх видів навчальної роботи з даної дисципліни студент набирає не менше 75 балів, то вона може бути зарахована як підсумкова оцінка з навчальної дисципліни. У протилежному випадку, або за бажанням підвищити рейтинг, студент складає іспит. При цьому бали, набрані за результатами модульних контрольних робіт, анулюються. Екзаменаційна оцінка визначається в балах (від 0 до 60) за результатами виконання екзаменаційних завдань.

Таблиця 6

Оцінювання

Поточний контроль (мах = 40 балів)								Модульний контроль (мах = 60 балів)		Загальна сума балів	
М 1						М 2		М 3			
36 балів						4 бали		МКР 1	МКР 2		
						ІНДЗ					
ЗМ 1			ЗМ 2								
T1	T 2	T 3	T 7	T 8	T 9	T 10	T 11	4	30	30	100
3	3	3	3	3	3	3	3				
T 4	T 5	T 6									
4	4	4									

М – модуль, ЗМ – змістовий модуль, Т – тема,
ІНДЗ – індивідуальне науково-дослідне завдання

Таблиця 7

Шкала оцінювання (національна та ECTS)

Оцінка в балах за всі види навчальної діяльності	Для екзамену
90 – 100	Відмінно
82 – 89	Дуже добре
75 – 81	Добре
67 -74	Задовільно
60 – 66	Достатньо
1 – 59	Незадовільно

8. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Закон України «Про внесення змін до закону України «Про туризм» 18.11.2003 р., № 1282 – IV // Туристична діяльність в Україні: Нормативно – правове регулювання/ Роїна О.М. (2-е вид., змін. та доп.). – К.:КНТ,2006. – С. 5 – 29.
2. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малиновська. – Київ: Вид-во Альтпрес, 2009. – 288 с.
3. Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. / Н. М. 10 Ганич, Н. В. Антонюк, М. П. Мальська. – Київ: Знання, 2008 р. – 661 с.
4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Организация деятельности / Е. И. Ильина. – М.: ФИС, 2007. – 480 с.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг. Стратегия и финансы / Е. Н. Ильина. – М.: ФИС, 2005. – 192с.
6. Кусков А.С. Туроперейтинг : учебник. / А. С. Кусков, В. Л. Голубева. – М. : ФОРУМ, 2009. – 400 с.

7. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навч. посіб / О. О Любіцева. – Київ: Альтерпрес, 2003. - 104 с.
8. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху: шкрудчик / О.О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335с.
9. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: шкрудчик. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.
10. Михайліченко Г. Л. Практика організації туристичних подорожй: навч. посіб / Г. Л. Михайліченко. – Київ: КНТЕУ, 2003. – 156 с.
11. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / Т. Г. Сокол. – Київ: Грамота, 2006. – 264 с.
12. Ткаченко Т. Л. Сталий розвиток туризму: теорія, методолоія, реалії бізнесу: монографія / Т. Л. Ткаченко. – Київ: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
13. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії: навч. посіб / Н. В. Чорненька. – Київ: Атіка, 2006. – 254 с.
14. Ушаков Д. С. Стратегическое планирование в туризме / Д. С. Ушаков. М.: Феникс, 2007.– 288 с.
15. Ушаков Д.С., Инновации в туризме и сервисе. / Д. С. Ушаков, Н. Н. Малахова. – М. : Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 256 с.
16. Ушаков Д. С. Технологии въездного туризма / Д. С. Ушаков, А. Н. Рубаник. – М.: Издательский центр МарТ, Феникс, 2010, – 384 с.
17. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. / Д. С. Ушаков. – Издательский центр МарТ, Феникс, 2010. – 448с.
18. Черных Н. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. / Н. Черных. – М.: Сов. спорт, 2002. – 320 с.

Допоміжна

1. Воскресенский В. Ю. Международный туризм. Инновационные стратегии развития / Ю. В. Воскресенский. – М.: Юнити-Дана, 2007, 160 с.
2. Джаладян Ю. А. Транспортное обеспечение в туризме. / Ю. А. Джаладян, А. С. Кусков. – М.: КноРус, 2008.– 368 с.
3. Драчева Е. Л. Экономика и организация туризма: международный туризм : учеб. пособие. / Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаев, Д. К. Исмаев и др. [под ред. И.А. Рябовой. 3-е изд]. – М.: КНОРУС, 2007. – 576 с.
4. Егоренков Л. И. Введение в технологию туризма. / Л. И. Егоренков. М. : Финансы и статистика, Инфра-М, 2009. – 304 с.
5. Ефремова М. Основы технологии туристического бизнеса. / М. И. Ефремова. – М. : Ось-89, 2001. – 288 с.
6. Ильина Е. Н. Основы туристической деятельности. / Е. И. Ильина. – М.: Сов. спорт, 2000. – 200 с.
7. Ильина, Е. Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы : учебник. / Е. Н. Ильина. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
8. Исмаев Д. К. Работа туристической фирмы по организации зарубежных поездок. / Д. К. Исмаев. – М. : ВШТГ, 1996. – 135 с.
9. Исмаев Д. К. Основная деятельность туристской фирмы: учеб, пособие.

/ Д. К. Исмаев. – М. : ООО Книгодел: МАРТ, 2005. – 158 с.

10. Исаева Т. Е. Речевая коммуникация в туризме. Т. Е. Исаева – М.: Дашков и Ко, Наука-Спектр, 2009. – 240 с.

11. Кабушкин, Н. И. Организация туризма: учебник. / Н.И. Кабушкин, А.П. Дурович – М.: Новое знание, 2003. – 632 с.

12. Каурова А. Д. Организация сферы туризма. / А. Д. Каурова. – М. : Герда, 2008. – 368 с.

13. Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности / В.А. Квартальнов. – М. : Менеджмент туризма, 2002. – 288 с.

14. Кучеров А. П. Объектное управление. Новационный и инновационный менеджмент в туризме. / А. П. Кучеров. – М.: Компания Спутник, 2009. – 208 с.

15. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти), 3-є вид., перероб. та доп. / О. О. Любіцева. – Київ: Альтпрес, 2005. – 436с.

16. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. / М. М. Маринин. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 144 с.

17. Максименко С. В. Туристская деятельность: международно- правовые аспекты. / С. В. Максименко. – Одесса: Латстар, 2001. – 168с.

18. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія / С.В. Мельниченко. – Київ: КНТЕУ, 2008. – 494 с.

19. Сокол Т. Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т. Г. Сокол. – Київ: Рокор, 2001. – 200 с.

Періодичні видання

21. Туризм: практика, проблеми, перспективи.

22. Українська туристична газета (UNG)

Інтернет-ресурси

23. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kmu.gov.ua

24. Офіційний сайт Державного агентства України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourism.gov.ua

25. Туристичний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tour.com.ua

9. ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Об'єкт, предмет та завдання туropolерейтингу.
2. Туropolератор як суб'єкт туристичного ринку.
3. Види туropolерейтингу та туropolераторів
4. Позиціонування турів та туropolераторів
5. Співробітництво туropolератора та іноземної тур-компанії на умовах туристичного кредитування

6. Типологія турів в залежності від цілей туриста
7. Основні потреби туристів, що надають перевагу відпочинку за кордоном та вимоги туроператорів що організовують такий відпочинок
8. Сегментація туристичного ринку за економічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відповідно до класу обслуговування.
9. Функції туроператора
10. Аутгоїнговий туроператор його види та форми
11. Профіль роботи туристичного туроператора та його напрями
12. Типологія турів в залежності від цілей туристів
13. Монопрофільні туроператори та його переваги
14. Багатопрофільні туроператори та його переваги
15. Фактори зовнішнього середовища туроерейтингу та їх класифікація
16. Особливості туроперейтинга як виду діяльності на туристичному ринку
17. Циклічність туроперейтингу
18. Концепція маркетингу в тур-плануванні. Маркетингове дослідження ринку та його етапи.
19. Сегментація туристичного ринку за географічним принципом. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту.
20. Сегментування туристичного ринку на принципах кількісної переваги туристів. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
21. Вікове сегментування туристичного ринку. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
22. Сегментування туристичного ринку за принципами туристичних уподобань. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
23. Сегментація туристичного ринку за цілями туру. Потреби туристів та вимоги до туроператорів відносно кожного сегменту
24. Конкуренти туристичного оператора та їх поява на ринку.
25. Конкуренти туристичного оператора та їх типи.
26. Етапи конкурентного аналізу туроператорів та виявлення їх слабких та сильних сторін.
27. Фокус-групи та їх сегментування.
28. Визначення фокус-групи та її характеристика.
29. Диференціація пропозицій туроператорів на конкретному туристичному ринку
30. Методи ціноутворення туристичного продукту.
31. Схема роботи туроператора по організації та реалізації турів.
32. Переваги та недоліки організації роботи туроператора з використанням послуг міт-компанії.
33. Диференціація пропозицій туроператора на конкурентному туристичному ринку
34. Позичування турів і туроператорів на туристичному ринку
35. Основні помилки туроператорів при формуванні їх ринкової позиції
36. Основні етапи тур-планування

37. Переваги та недоліки організації роботи туроператора при прямій організації турів.
38. Переваги та недоліки організації роботи туроператора при непрямій організації турів.
39. Ідентифікація постачальників туристичних послуг для роботи туроператора
40. Схема співробітництва туроператора і іноземних meet-підприємств. Обов'язки туроператора та meet-підприємств
41. Правові документи міжнародного рівня, що регулюють контрактні взаємовідносини в туризмі.
42. Квотування як основна форма роботи туроператора. Види квот.
43. Принципи роботи туроператора з туристичними агентствами.
44. Формування асортименту туроператора
45. Види турагенств в залежності від ступеня залежності від туристичного туроператора.
46. Схеми роботи сучасного туроператора з підприємствами готельної індустрії
47. Блоки місць в готелях, їх характеристики та види. Поділ в залежності від умов продажу та ступеня ризику туроператора.
48. Робота туроператора з готельєром на комітмент-умовах.
49. Робота туроператора з готельєром на умовах елотмент
50. Робота туроператора з готельєром на умовах підвищеної комісії
51. Робота туроператора з готельєром на умовах безвідкличного та пріоритетного бронювання
52. Авіаквитки їх форми та блоки та умови бронювання. Тарифи та їх види, знижки та пільги на авіаквитки при регулярних перевезеннях.
53. Чартерні перевезення та замовники чартерних перевезень. Види чартерних програм.
54. Схеми взаємовідносин туроператора та залізниць. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником
55. Схеми взаємовідносин туроператора і судновласника. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником. Аналіз каютного фонду.
56. Ціноутворення круїзних турів та фрахтування круїзних суден. Обов'язки туроператора та перевізника перед туристами та перед замовником.
57. Схеми взаємовідносин туроператора і екскурсійної компанії. Вимоги до гідів його права та обов'язки перед туристами.
58. Схеми взаємовідносин туроператора і страхової компанії. Страхові програми та не страхові випадки в туроперейтингу.
59. Документообіг в туроперейтингу. Типи та види договорів та документів туроператора.
60. Стратегія туроперейтингу на туристичному ринку України.

Схвалено Вченою радою
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки
Протокол № __ від _____ 2019 р.

Проректор з науково-педагогічної
і навчальної роботи та рекрутації

С. В. Гаврилюк

Навчальний відділ

Л. О. Заєць

Юридичний відділ

А. В. Майло